

DAFTAR PUSTAKA

- Agustina, L. (2020). VIRALITAS KONTEN DI MEDIA SOSIAL. *MAJALAH SEMI ILMIAH POPULER KOMUNIKASI MASSA*, 149-159.
- Alfarizqi, S., Mayasari, & Nurkinan. (2024). Pengelolaan Konten Media Sosial pada Akun Instagram @indozone.id Dalam Upaya Meningkatkan Followers Instagram . *Dawatuna: Journal of Communication and Islamic Broadcasting*, 488-494.
- Azizah, D. N., & Yuningsih, S. (2023, February 1). STRATEGI MARKETING PUBLIC RELATIONS DALAM MEMPROMOSIKAN BISNIS FASHION MECCANISM DI MASA. *Jurnal Bincang Komunikasi*, 5-35.
- Belch, B. &. (2021). *Advertising and Promotion*. New York: McGraw-Hill Education.
- Belch, G. E., & Belch, M. A. (2021). *Advertising and Promotion: An Integrated Marketing Communications Perspective*. New York: McGraw-Hill Education.
- Bredikhina, N., Gupta, K., & Kunkel, T. (2022, May). Superboosting the athlete social media brand: events as an opportunity for follower growth. *European Sport Management Quarterly*, 2-21.
- Fahrezi, M. A., Mushauwir, A. A., Rahman, W. N., & Fitroh. (2022, December). SYSTEMATIC LITERATURE REVIEW: PERAN HASHTAG DALAM MENINGKATKAN VISIBILITAS KONTEN SOSIAL MEDIA (STUDI KASUS: INSTAGRAM). *JURNAL SAINS PEMASARAN INDONESIA*, 142-153.
- Farhati, D. M. (2024, February). Sample Size in Qualitative and Quantitative Study. *International Journal for Multidisciplinary Research (IJFMR)*, 1-5.
- Filayly, T. N., & Ruliana, P. (2022). Strategi *Public Relations* dalam Memulihkan Citra Perusahaan. *PARAHITA : Jurnal Pengabdian kepada Masyarakat*, 29-38.
- Gharbi, K., & al-Tamimi, A. (2020, April). Using Social Media in Building and Managing Corporate Identity: Study on Real Estate Companies in the

- Kingdom of Bahrain. *Journal of Business and Retail Management Research*, 15-21.
- Gustria, F. M., & Fardiah, D. (2024). Hubungan Media Sosial Instagram sebagai Media Promosi Koswara Koffie dengan Minat Beli Konsumen *Followers*-nya. *Bandung Conference Series: Communication Management*, 819.
- Harahap, D. P., & Chatamallah, M. (2022, January). Peran *Public Relations* PT. Pos Indonesia dalam Memantau Opini Publik. *Bandung Conference Series: Public Relations*, 313-318.
- Hardian, V. S., Kholik, A., & Fatimah, A. N. (2024, June 13). Pengaruh Key Opinion Leader (KOL) Terhadap Jumlah *Followers* Instagram Tropikana Waterpark. *Ranah Research: Journal of Multidisciplinary Research and Development*, 916-932.
- Husna, L., Heryanto, E., Dewanti, S. K., Noviana, Santoso, G. R., Shofihana, I. Z., . . . Syerfta. (2025). KOTA SEMARANG DALAM ANGKA: Semarang Municipality in Figures 2025. In B. K.-S. Municipality, *KOTA SEMARANG DALAM ANGKA: Semarang Municipality in Figures 2025* (pp. 45-68). Semarang: Badan Pusat Statistik Kota Semarang.
- Iskandar, A., Ryanto, M., & Patrianti, T. (2024, July 21). Strategi *Digital Public Relations* PT MAP Boga dalam Industri FnB. *Jurnal Riset Public Relations*, 1-6.
- Kemp, S. (2025, February 25). *DIGITAL 2025: INDONESIA*. Retrieved June 2025, from DATAREPORTAL: <https://datareportal.com/reports/digital-2025-indonesia>
- Kencana, Harkandi, W., Situmeang, I. V., Meisyanti, & Januar, K. (2022, July 2). Penggunaan Media Sosial dalam Portal Berita Online. *IKRAITH-HUMANIORA: Jurnal Sosial dan Humaniora*, 136-143.
- Kristiana, Y., Megan, J. J., Purnama, N. G., & Wijaya, R. (2020). Influence of Social Demography, Culture and Motivation of Archipelago Tourists on Local Food in Semarang City. *Jurnal Akademi Pariwisata Medan*, 91-93.
- Kristianto, Ramadhan, A. B., & Marsetyo, F. D. (2021, March 1). Media Sosial dan Connective Action: Studi Kasus Penggunaan Twitter sebagai Ruang

- Solidaritas selama Pandemi COVID-19. *Journal of Social Development Studies*, 11.
- Kushwaha, A. (2025, May 12). *How Often To Post On Social Media (Proven By 21 Studies)*. Retrieved July 2025, from Zypa:
<https://www.linkedin.com/pulse/how-often-post-social-media-proven-21-studies-abhishek-kushwaha-9v8wc/>
- Lang, K. (2025, April 23). *The Best Time to Post on Instagram in 2025: We Analyzed 2 Million+ Posts to Find Out*. Retrieved July 2025, from Buffer:
<https://buffer.com/resources/when-is-the-best-time-to-post-on-instagram/>
- Lianny, & Pribadi, M. A. (2023, December). Interaksi Simbolik dalam Pembuatan Konten Media Sosial untuk Menciptakan Brand Awareness di Agensi Periklanan Sevenads. *Kiwari*, 702-710.
- Linggi, E. T., Asmirah, & Burchanuddin, A. (2024, June 30). Dampak Objek Wisata Buntu Burake Terhadap Sosial Ekonomi Masyarakat Lokal Kecamatan Makale Kabupaten Tana Toraja. *JURNAL SOSIOLOGI KONTEMPORER*, 28-32.
- Novitasari, D., & Widiarti, W. (2021). STRATEGI CYBER *PUBLIC RELATIONS* HUMAS POLRES PURWOREJO DALAM MENGELOLA CITRA POSITIF. *Lektur Jurnal Ilmu Komunikasi*, 74-82.
- Prajarini, D., & Sayogo, D. (2021, February 1). PENGARUH DESAIN POST INSTAGRAM TERHADAP MINAT PEMBELIAN PRODUK UMKM KEDAI KOPI DI KABUPATEN SLEMAN. *ANDHARUPA: Jurnal Desain Komunikasi Visual & Multimedia*, 187-197.
- Putranto, F. S., & Erdiansyah, R. (2022, January 16). Pengaruh Penggunaan Media Sosial dan Efektivitas Akun Instagram @bogoreatery terhadap Pemenuhan Kebutuhan Informasi Konsumen Wisata Kuliner di Bogor. *Koneksi*, 211-217.
- Ramaputra, M. A., & Afifi, S. (2021, December 1). Analisis Strategi Kreatif Konten Promosi Usaha Foodies Melalui Media Sosial Instagram. *Jurnal Ilmiah Manajemen Informasi dan Komunikasi*, 67-81.

- Rismayanti, P. R., Masdarini, L., & Suriani, N. M. (2020, July 2). IDENTIFIKASI PARTISIPASI MASYARAKAT DALAM PENGEMBANGAN OBJEK WISATA DI DESA SAMBANGAN, KECAMATAN SUKASADA KABUPATEN BULELENG. *Jurnal Bosaparis: Pendidikan Kesejahteraan Keluarga*, 57-64.
- Tauhidah, N. A., & Abiyyah, A. A. (2024, September). Strategi Konten Pembelajaran Bahasa Arab Pada Instagram: Analisis Komparatif Akun Edukasi. *Ukazh Journal of Arabic Studies*, 460-472.
- Uddin, B., Maharani, A. Z., & Baren, K. W. (2024, December 6). Pemanfaatan Fitur Instagram untuk Efektivitas Komunikasi. *Jurnal Nasional Komputasi dan Teknologi Informasi (JNKTI)*, 1505-1510.
- Udescu, A. (2023, April 12). *How to Calculate Follower Growth On Social Media: A Full Guide*. Retrieved July 2025, from Socialinsider Blog: <https://www.socialinsider.io/blog/how-to-calculate-follower-growth/>
- Wahyuningsih, C. D. (2020). KEBIJAKAN PERLINDUNGAN WARISAN BUDAYA TAKBENDA (INTANGIBLE CULTURE HERITAGE) MASYARAKAT KOTA SEMARANG (Kajian Fasilitasi Pengembangan Kuliner Berbasis Warisan Budaya
- Weltevrede, Esther, Lindquist, & Johan. (2024, November 25). The platformization of the follower factory: Para-platforms, automation, and labor in the market for social media engagements. *Sage Journals*, 1-17.
-). *MIMBAR ADMINISTRASI FISIP UNTAG Semarang*, 57-76.
- Wijaya, G. M., & Erdiansyah, R. (2023, Februari 5). Tipe Konten dan Korelasinya Pada Engagement Instagram. *Prologia*, 312-321.
- Xiong, L., Cho, V., Law, K. M., & Lam, L. (2021). A study of KOL effectiveness on brand image of skincare products. *Enterprise Information Systems*, 15 (10).